

## 目標設定・計画推進体制



### 市民満足度

住民の利益につながる観光の推進として、観光施策に対する市民満足度を指標として設定します。

**基準値** (令和4年度) **29.9%**      **中期** (令和8~11年度) **40.0%**      **長期** (令和12~14年度) **50.0%**

(収集方法)  
・総計アンケート施策分野別満足度「観光の振興」の活用



### 計画推進体制

- 藤井寺市の観光全体をコーディネートする組織・人材の確保育成
- 民間事業者による事業組成・展開を生む環境づくり
- 行政による分野横断的な検討体制の構築



## ～キャッチフレーズ～

悠久の歴史につながる

普段づかいのまちなか観光を愉しむ

～なかなかのまちなか藤井寺～



もっと知りたい方は、下記まで。



問い合わせ 藤井寺市 市民生活部 観光課  
〒583-0024 大阪府藤井寺市藤井寺 3-1-20  
TEL: 072-952-7801 メール: kankou@city.fujiidera.lg.jp



## 第2次

# 藤井寺市 まちなか観光創造プラン

## 〈概要版〉

計画期間

令和5年4月～  
令和15年3月

(10年間)



## 本プラン策定の背景

- 2019年百舌鳥・古市古墳群世界遺産登録 堺市・羽曳野市との連携での取り組みを進めています。
- 2025年日本国際博覧会（大阪・関西万博）の開催 関西 MaaS、スマートシティの取り組みが進められています。
- 公民連携の専門窓口「企業パートナーシップデスク」を設置 企業連携によるICTを活用した観光振興に取り組んでいます。

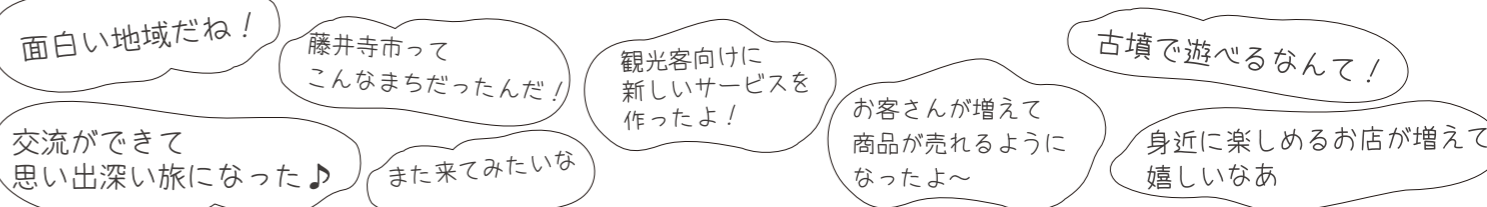


これらの動向と並行して、まちなか観光創造をこれまでも進めてきました。社会経済動向の変化を踏まえて、地域観光の魅力創出を行う方向性を示します。



## なぜ本市が観光に取り組むの？

- 1 来訪者が移住定住したくなる 藤井寺市をつくる**  
藤井寺の暮らしを体感  
藤井寺のファンを増やす
- 2 市内事業者が主体的に元気に活動できる 藤井寺市をつくる**  
商業・製造業などが観光にかかわることで経営環境が良くなる
- 3 市民が日常・余暇を楽しめる 藤井寺市をつくる**  
当たり前ではない貴重な資源を市民が普段づかい  
さらに藤井寺が好きになる





## 藤井寺市の事業者・市民の活動を価値とした観光客の呼び込み・藤井寺のファンづくり

- 普段づかいの観光コンテンツを支える藤井寺市民や在勤者、日常的に訪れてくれる南大阪在住者を核とするファンづくり。
- 地域の文化や地域貢献への関心、歴史に深い関心のある方、市内のものづくりの仲間など志向性の合う方の呼び込み。
- デジタル技術の活用により遠方の方との交流・関係構築も。

## 空間・商品の造成にあたってのターゲット設定

- 移住定住を見据えたコアターゲット「子育て世代(20~40代)」
- 地域のこだわりの商品や、おしゃれな店舗への志向が高く、子どもたちにも安心して食べられる食事や、楽しく過ごせる店舗や公園などを求める層に楽しんでもらいたい。

## 大阪・関西万博の機会活用を想定した、公共交通による来訪利便向上

- 関西圏からの日帰り観光の際の立ち寄り、大阪観光のプラスワンとして、大阪を訪れる遠方からの国外・国内来訪者の立ち寄りを誘いたい。
- アフターコロナにおける大阪圏へのインバウンドにも来てもらいたい。

## 実施プログラム



つくる・つたえる・ととのえる3つのプログラムをそれぞれ連動しながら推進します。

### 基本方針① まちなか観光創造プログラム つくる



### ②地域でのストーリーを重視したまちなか観光コンテンツの充実

- ア) まちなか観光コンテンツと歴史コンテンツの接点づくり
- イ) 地域のこだわりを大切に商品展開
- ウ) 地域内のストーリーの構築

地域で変わらないこだわりや引き継がれるストーリーを意識したコンテンツを組み立てます。

### ①普段づかいを重視したまちなか観光コンテンツの充実

- ア) 飲食・物販コンテンツの充実
- イ) 新たな過ごし方の提案
- ウ) 参加型・共創型のコンテンツ

市民や周辺住民の観光、地域性や学びを感じられるコンテンツの開発を行います。

### 基本方針③ プログラム実施環境の整備 ととのえる



### ①担い手による活力創出と人材育成

- ア) 市内観光の担い手同士のネットワーク・コミュニティ構築
- イ) 新たな人材の受入・育成支援

地域の団体主導での賑わい創出の取り組み、担い手同士の連携と人材の確保に取り組みます。

### ②シティプロモーションの一環としての観光推進

- ア) 商工分野や住生活分野と連動した観光施策の推進

観光振興をシティプロモーションへ連動、移住定住の促進を目指します。

### ①市民、周辺住民などを対象としたプロモーション

- ア) 普段から目に入る民間メディアとの連携強化
- イ) SNSの運用

地域情報メディアやSNSでの発信、事業者との連携による発信を強化します。

### ②リピーターや地域のファンづくりを意識した情報発信の強化

- ア) 世界遺産「百舌鳥・古市古墳群」からのまちなか誘導を促す情報連携
- イ) 個性ある事業者の魅力を活かした情報発信
- ウ) 公共交通と連携した、駅などにおける情報連携強化

市内に分散する各拠点での発信、リピーターづくりのための個性ある場からの発信を行います。

### ③万博来訪者の誘客・大阪観光のプラスワンを意識した情報発信

- ア) 旅行市場における展開
- イ) 他地域における情報発信
- ウ) グローバル視点での多言語対応や魅力の発信

大阪・関西万博をチャンスに、藤井寺が存在感を示すことができる発信を行います。

### ③アイセルシュラホールを拠点にした観光推進

- ア) 観光を主とした市内拠点の利活用

公共施設での観光拠点機能の充実を行います。

### ④リピーターを増やす広域連携と整備の実施

- ア) 地域間連携による観光事業の促進
- イ) 移動利便性の向上と回遊促進

市内、近隣地域のスムーズな周遊、そのための基盤づくりを進めます。